

$$Z = B \times [(1 - X) \times (0,85 - I) - J] / K, \quad (21)$$

Зная I, J, X и K из табл. 2 можно узнать Z, то есть можно рассчитать

$$K_{\text{нов}} = Z \times K, \text{ или } K_{\text{нов}} = K_{\text{необ}} \geq \sum_{i=1}^m J = H_{Ai} \Phi_i, \quad (22)$$

в противном случае фонды будут окупаться частично ($K_{\text{нов}} \approx K_{\text{необ}}$) либо и вовсе не будут ($K_{\text{нов}} \approx 0$).

Помимо всего вышеизложенного из внимания не следует упускать:

- переоценку ОС и НА, что влечет увеличение покрытия K;
- вложения капитала должны быть достаточно гибкими и минимально необходимыми;
- ОС и НА легко можно вывести из производственного процесса (как вариант передача их в аренду), когда $K_{\text{нов}} \approx K_{\text{необ}}$;
- подразумевать возможность быстрой реализации ОС и НА (достаточно ликвидные) и переход на арендуемые средства производства при $K_{\text{нов}} \approx 0$;
- избегать долгосрочных и дорогостоящих капитальных вложений (покупка зданий и сооружений).

Данная модель, наверное, будет интересной для управленческого персонала предприятий применяющих упрощенную систему налогообложения учета и отчетности. Модель может использоваться при оценке оптимальных размеров капитальных вложений в бизнес-планах предприятий.

Кривоносов С.Т.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ, ЕЕ ОЦЕНКА И АНАЛИЗ

Проблемы конкурентоспособности в течение длительного времени не были актуальны для нашей страны и, следовательно, не были объектом изучения российских экономистов. Это являлось следствием централизованного планирования экономики и отсутствия экономической свободы в нашей стране. Однако с переходом к рыночной экономике проблема конкурентоспособности и ее достижения стала одной из самых актуальных. Это объясняется тем, что в условиях рыночных отношений конкурентоспособность является ключевым фактором, определяющим возможность для субъекта экономической деятельности длительное время оставаться на рынке и достигать поставленных целей.

В связи с этим наибольшую актуальность приобретают проблемы определения факторов и резервов конкурентоспособности, ее оценки и анализа. Однако в связи с тем, что среди экономистов нет единого мнения по данному вопросу, для разрешения этой проблемы необходимо сначала определиться с понятиями конкуренции и конкурентоспособности.

В основе слова конкуренция лежит латинское *concurrere*- бежать вместе. Таким образом, понятие конкуренции связано с определенными взаимоотношениями, которые возникают между субъектами, осуществляющими сходные действия. Все действия совершаются для достижения определенной цели. Любой субъект, стремящийся к достижению цели, имеет собственное представление о способах и путях ее достижения, которые в свою очередь обуславливают необходимые для этого средства. Следовательно, взаимоотношения между субъектами могут возникать по поводу:

- целей деятельности;
- способов достижения целей;
- средств достижения целей.

Поскольку способы и средства достижения целей ограничены, взаимоотношения между субъектами принимают характер соперничества.

Таким образом, можно сформулировать определение конкуренции применительно ко всем субъектам деятельности:

Конкуренция - это соперничество между субъектами деятельности за достижение своих целей в условиях ограниченности способов либо средств достижения этих целей.

Конкуренция имеет место также и в случае, когда цели конкурентов различны, но необходимы одинаковые средства для их достижения.

Данное определение можно конкретизировать применительно к субъектам хозяйственной деятельности. Для этого необходимо уточнить цели деятельности хозяйствующих субъектов, а также способы и средства их достижения.

Целью любого субъекта экономической деятельности является получение прибыли.

Единственным способом достижения этой цели является удовлетворение потребностей покупателей в товарах и услугах. Однако пути достижения цели у каждого субъекта различаются. Это означает, что предприятия могут получить прибыль за счет производства различных видов продукции, удовлетворяющих различные потребности покупателей, за счет распространения своей продукции на различных территориях и т.д. Все эти пути и способы можно объединить понятием сегмент рынка. Иными словами, различные способы и пути получения прибыли проявляются в осуществлении предприятиями своей деятельности на различных рыночных сегментах. Поэтому конкурентная борьба всегда имеет место, если предприятия действуют на одном и том же сегменте рынка.

Средством достижения поставленной цели для предприятия являются производственные ресурсы.

Таким образом, понятие конкуренции применительно к субъектам экономической деятельности можно сформулировать в следующем виде:

Конкуренция - это соперничество субъектов экономической деятельности с целью получения прибыли, ведущееся на определенном сегменте рынка и в условиях ограниченности производственных ресурсов.

Понятие конкуренция целесообразно применять к субъектам экономической деятельности. Тем не менее в экономической литературе оно иногда употребляется применительно к объектам. В этом смысле, например, говорят о конкурирующих товарах. Однако такое понимание конкуренции тесно связано с конкуренцией между субъектами. Конкуренция между объектами имеет место только в том случае, если они могут использоваться или используются субъектами деятельности для достижения своих целей. Например, конкурирующие товары – это товары, которые производятся конкурирующими предприятиями для достижения поставленной цели (получения прибыли).

В связи с этим можно рассматривать любое предприятие либо как субъект, принимающий самостоятельные решения и выпускающий продукцию, либо как объект купли-продажи (как товар). Однако даже в том случае, когда предприятие рассматривается как товар, целью приобретения этого товара является приносимая им прибыль. Поэтому независимо от того, рассматривается предприятие как объект действия или как субъект деятельности, сущность конкуренции между предприятиями сводится к борьбе между ними за получение прибыли.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой реальную или потенциальную возможность для предприятия достигать поставленные цели (получать прибыль) в условиях конкурентной борьбы. Как уже упоминалось выше, эти цели предприятие достигает, используя определенные способы и средства. Способом достижения цели для любого предприятия является производство товаров или услуг, удовлетворяющих определенные потребности потребителей. А средством достижения цели являются производственные ресурсы.

Объединив всю эту информацию, представляется возможным составить схему достижения предприятием поставленной цели. Данная схема представлена на рисунке.

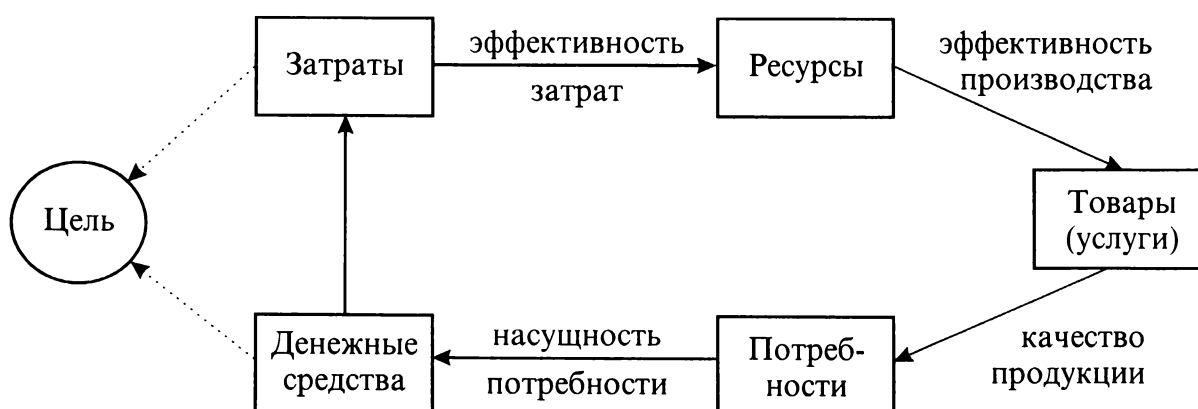


Схема достижения конкурентоспособности

Предприятие в процессе своей деятельности осуществляет различного рода затраты. Целью этих затрат является приобретение производственных ресурсов. Чем более эффективно на предприятии осуществляются затраты, тем

больше ресурсов может быть приобретено. В производственном процессе эти ресурсы объединяются для производства товаров и услуг. Чем более эффективно организован производственный процесс, тем больше будет произведено продукции. Произведенные товары и услуги поступают на рынок, где потребитель сопоставляет их со своими потребностями. Чем выше качество произведенной продукции, чем полнее она соответствует запросам и конкретным потребностям покупателей, тем больше количество покупателей, предъявляющих спрос на данную продукцию. Потребности в свою очередь можно ранжировать по степени насущности, актуальности для потребителя. Чем насущнее потребность, тем большую сумму денег готов предложить потребитель для приобретения продукции. В конечном итоге эта сумма денежных средств и является выручкой предприятия от реализации продукции.

Следовательно, конкурентоспособность производителя можно определить как реальную или потенциальную возможность для предприятия наиболее эффективным образом производить продукцию, удовлетворяющую конкретные общественные потребности.

Таким образом, возможность достижения предприятием поставленной цели (получения прибыли), а значит, и его конкурентоспособность, будет определяться возможностями предприятия по обеспечению и улучшению всех факторов конкурентоспособности. На основе предложенной схемы можно выделить следующие ключевые факторы конкурентоспособности предприятия:

- эффективность затрат;
- эффективность производства;
- качество производимой продукции;
- способность к выявлению наиболее актуальных потребностей на данном сегменте рынка.

Последние два фактора, объединенные вместе, представляют собой конкурентоспособность произведенной продукции.

Резервами повышения эффективности затрат на российских предприятиях являются налаживание долгосрочных и надежных связей с поставщиками, оптимизация затрат, применение принципов «точно во время», оптимизация финансовой деятельности, повышение деловой культуры, а также уровня организации и ответственности и т.д. Для повышения эффективности производства необходимо применение современных принципов менеджмента, использование новейших технологий и оборудования, квалифицированный персонал. Конкурентоспособность производимой продукции обеспечивается прежде всего эффективной работой маркетинговых подразделений предприятия по изучению рынка, выявлению существующих и потенциальных потребностей, способностью соответствующих служб предприятия проектировать изделия, соответствующие требованиям рынка, а также способностью производственных подразделений качественно реализовывать эти проекты.

Таким образом, очевидным является тот факт, что для обеспечения конкурентоспособности предприятия необходима совместная и эффективная

работа как производственных подразделений, так и служб маркетинга и менеджмента.

Из предложенной схемы видно, что конкурентоспособный товар является только одним из необходимых элементов конкурентоспособности предприятия в целом. Поэтому использование методов оценки конкурентоспособности предприятия на основе теории качества производимой продукции вряд ли можно назвать целесообразным.

Исходя из вышесказанного представляется, что наиболее адекватным является количественный метод оценки конкурентоспособности, основанный на соизмерении показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия и конкурентоспособности производимой продукции.

Таким образом, показатель уровня конкурентоспособности производителя целесообразно определять по следующей формуле:

$$K = K_{эз} \cdot K_{эп} \cdot K_{кп} ,$$

где K - показатель конкурентоспособности производителя;

$K_{эз}$ - критерий эффективности затрат;

$K_{эп}$ - критерий эффективности производства;

$K_{кп}$ - критерий конкурентоспособности продукции.

Используемые в формуле критерии представляют собой отношения соответствующих показателей эффективности и конкурентоспособности продукции у рассматриваемого производителя и его конкурента.

Показатель K является обобщенной характеристикой конкурентоспособности предприятия. В случае, если $K > 1$, то рассматриваемое предприятие превосходит конкурента по уровню конкурентоспособности, если $K < 1$, то уступает ему, при $K = 1$ предприятия равны.

В заключение необходимо сказать о выборе показателей для оценки. В существующих методах количественного определения конкурентоспособности можно выделить два принципиально разных подхода к определению критериев конкурентоспособности. Первый заключается в попытке анализировать конкурентоспособность с точки зрения ее причин. В этом случае определяется номенклатура показателей, характеризующих причины конкурентоспособности, и каждому из них экспертным путем присваивается определенный вес. На основе этих данных определяется значение критерия конкурентоспособности. Второй подход основывается на попытке выявить следствия конкурентоспособности. При использовании этого подхода авторы стремятся определить конечные показатели, характеризующие проявление свойства конкурентоспособности. Оба этих подхода имеют свои достоинства и недостатки. Поскольку анализ осуществляется по двум противоположным направлениям, то недостатки одних методов является достоинствами других. Так, недостатками первого подхода являются наличие субъективных экспертных оценок и недостаточная обоснованность выбора тех или иных показателей. Результатом может явиться неточность оценки. К недостаткам второго подхода следует отнести трудности в определении причин, а

следовательно, и резервов повышения конкурентоспособности. Однако они позволяют дать более точную оценку. Например, показателями, характеризующими причины конкурентоспособности продукции, могут быть стоимость потребления, дизайн, гарантийный срок и т.п. К конечным показателям конкурентоспособности продукции можно отнести занимаемую долю рынка, величину ее прироста.

Таким образом, целесообразность применения тех или иных показателей должна определяться целями анализа. Если целью исследования служит выявление причин и резервов конкурентоспособности, то возможно использование экспертных методов. Если же анализ осуществляется с целью сопоставления предприятий по уровню конкурентоспособности, то правильнее использовать конечные показатели.

Кузнецова З.Н.

Ершова И.В.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ И ПРОГРАММА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

Главные проблемы инвестиционного процесса в России. Характеризуя инвестиционную ситуацию в современной России, приходится говорить о низкой активности данного сектора национальной экономики. По мнению Якова Рекитара (президента Международной академии инвестиций и экономики строительства, заведующий отделом ИМЭМО РАН), объем инвестиций в России упал в пять раз (в 1999 году по сравнению с 1990 годом), что является инвестиционным кризисом. При этом в промышленном строительстве объем инвестиций упал в 6-6,5 раза, в производственной сфере (жилье и прочее) – в 3 раза.

Главной причиной инвестиционного кризиса в стране и в регионе можно назвать отсутствие главного стратегического инвестора, который был бы заинтересован в развитии реального сектора экономики, реального производства. Следующей крупной причиной дефицита инвестиций является утеkanie из России значительной части капитала и оседание его за рубежом. И одной из немаловажных причин являются проводимые в России реформы, которые не ориентируют производителя на выпуск конкурентоспособной продукции. Нужна конкурентная среда. Например, для строительства главную роль должна сыграть система торгов на базе конкурсной оценки. По самым оптимальным оценкам, через систему подрядных торгов проходит около 10% всех объемов работ, а, к примеру, в Китае уже два года назад аналогичный показатель составлял 45%. В индустриально развитых странах через торги проходит примерно 70% всех инвестиционных проектов.

Одним из крупных и неиспользованных источников развития на данный момент считаются частные инвестиции в социальную и производственную инфраструктуру. Даже развитые государства не могут себе позволить